

Digitale Medien im Unternehmen:

Perspektiven des betrieblichen Einsatzes von neuen Medien

Inhaltsverzeichnis

1. Theoretischer Teil

Annette Braun-Görtz:
Weltenwandler – Veränderungen im Zeitalter digitaler Medien – unternehmerische Kommunikation mit High Speed Faktor

Dr. Armin Müller:
Zukunft Netzwerkwirtschaft? Neue und alte Unternehmensorganisationen nach der Internet-Revolution

Prof. Dr. Frank Linde:
Strategische Positionierung auf Informations- und Medienmärkten

Prof. Dr. Bernd W. Wirtz:
Web 2.0 und digitale Geschäftsmodelle

2. Teil: Praxisbeispiele für die Einführung von Digitalen Medien

Prof. Dr. Martin Gläser:
Project Governance –
oder: Über die Art und Weise, Medienprojekte zum Erfolg zu führen

Nora S. Stampfl:
Neue Wertschöpfungsoptionen für Unternehmen am Beispiel von Crowdsourcing

Reinhold Schuster:
Optimierung von Geschäftsprozessen in Produktmanagement, Marketing und Vertrieb durch den Einsatz von Product-Information-Management und Sales-Management

Prof. Dr. Michael Koch, Alexander Richter, Hans-Jürgen Thönnißen:
Erfolgsfaktoren für die Einführung einer Enterprise 2.0-Lösung am Beispiel der ESG GmbH

3. Teil: Welche Voraussetzungen braucht das Unternehmen

Florian Semle:
Enterprise 2.0: Mitarbeitermotivation für vernetztes Arbeiten

Prof. Dr. Thorsten Petry:
State-of-the-Art und Herausforderungen von Enterprise 2.0 in Unternehmen

Prof. Dr. Manfred Leisenberg:
Social Media für mittelständische Unternehmen – Thesen und Handlungsempfehlungen

Dr. Willms Buhse:
Changing the Mindset: Die Bedeutung des Digital Leadership für die Enterprise 2.0-Strategieentwicklung